

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI BANJARMASIN

Sari H. Maharani ⁽¹⁾, Linda Permanasari ⁽²⁾, Rohayati ⁽³⁾

⁽¹⁾ sarihepymaharani@poliban.ac.id, ⁽²⁾ lindapermanasari@poliban.ac.id, ⁽³⁾
atywww@yahoo.co.id

^{(1),(2),(3)} Pengajar Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

In any organization, decision making is considered very crucial. Decision making should be based on the information that is considered important as well. This research attempts to analyze the decision-making factors such as the image, interests, collective decision, availability of employment, facility, price, place and promotion for choosing Business Administration as major choice Polytechnic. This study is also expected to provide some information as the input for all parties who are interested in this crucial problem. The sample used was taken from the students of Business Administration. The questionnaires were distributed to them and then 158 copies of them were analyzed by factor analysis and regression. Based on the analysis, it was found that there are seven variables considered by students in choosing major department; facilities and infrastructure, images, promotions, joint decisions, availability of employment, location and request. And from all variables, the variables that have significant influence are joint promotions and decisions. And the joint decision variable is identified as the variable that has the most influence on the decision to choose a study program.

Kata kunci: *facilities and infrastructure, images, promotions, joint decisions, availability of employment, location and request, the decision to choose major department.*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Setiap tahun, universitas selalu dihadapkan dengan para siswa lulusan SMA yang memilih tempat atau tujuan studi mereka. Bagi universitas yang terkenal dan ternama serta program studi yang banyak diminati, menarik minat para calon mahasiswa bukanlah hal sulit. Beribu-ribu mahasiswa mengikuti seleksi untuk prodi tersebut meskipun hanya ada puluhan kursi saja yang tersedia untuk mahasiswa barunya. Dengan demikian tidaklah sulit bagi universitas tersebut untuk mendapatkan mahasiswa-mahasiswa yang berkualitas. Sebaliknya, universitas yang kurang ternama dengan prodi yang kurang menarik, biasanya masih dihadapkan dengan masalah jumlah mahasiswa.

Meskipun proses belajar mengajar adalah hal yang terpenting dalam dunia pendidikan, namun input mahasiswa yang berkualitas akan mempermudah proses belajar mengajar. Yang pada akhirnya akan berujung pada kualitas output mahasiswa.

Bertambahnya pesaing-pesaing baru di dunia pendidikan juga menjadi problematika baru. Hal ini menyebabkan setiap institusi pendidikan harus berlomba-lomba untuk

membuktikan kemampuannya dalam dunia pendidikan atau menciptakan keunggulan bersaing yang tidak dimiliki universitas lain.

Agar prodi/universitas berhasil dalam menarik mahasiswa, pihak manajemen perlu untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih suatu prodi/universitas. Lalu menyesuaikan proses rekrutmen hingga strategi pemasaran agar dapat menarik minat mahasiswa.

Ditinjau dari sisi mahasiswa, secara umum terdapat banyak faktor yang melatarbelakangi keputusan untuk menentukan pilihannya dalam memilih jurusan di lembaga pendidikan tinggi, diantaranya citra perguruan tinggi. Citra sebuah perguruan tinggi biasanya menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam menentukan lembaga pendidikan yang akan dipilihnya, dilihat juga dari minat terhadap jurusan yang dikehendakinya, dorongan dari keluarga juga mempengaruhi keputusan untuk memilih jurusan. Kuliah di perguruan tinggi melibatkan banyak komponen bukan hanya itu, mahasiswa juga akan mempertimbangkan tentang reputasi lembaga pendidikan yang akan dipilihnya. Lulusannya pun diharapkan tidak kesulitan dalam mencari pekerjaan, status akreditasi juga menjadi perhatian bagi mahasiswa. Hal tersebut akan berpengaruh

terhadap keputusan yang akan diambil mahasiswa dalam menentukan jurusan di perguruan tinggi.

B. LANDASAN TEORI

Faktor-Faktor Pertimbangan Memilih Jurusan

Citra Perguruan Tinggi

Kolter & Fox (1995) mendefinisikan citra sebagai jumlah dan gambaran-gambaran, kesan-kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek, obyek itu berupa organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra. Citra yang baik dari suatu organisasi merupakan aset, karena citra mempunyai dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Citra yang baik dari suatu organisasi (baik korporasi maupun lokal), merupakan aset, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal.

Minat

Minat merupakan suatu kondisi di dalam diri individu yang sangat berpengaruh terhadap sikap dan proses belajar tentang sesuatu hal. Menurut Hurlock (1989) minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Seseorang memiliki minat terhadap suatu bidang, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada saat menjalani perkuliahan (Pekrun & Linnenbrink-Garcia, 2012) Minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan dan minat juga erat hubungannya dengan dorongan, motif, dan reaksi emosional dalam dunia pendidikan (Kahu & Nelson, 2017)

Keputusan Bersama

Menurut Kristianto (2003) keluarga adalah organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara ekstensif. Sedangkan peran dan status sosial turut mempengaruhi sebab seringkali hal tersebut menjadi alasan pembelian (Dharmmesta & Handoko, 2013). Keputusan bersama adalah suatu keputusan yang sudah ditetapkan berdasarkan pertimbangan, pemikiran serta pembahasan yang matang. Keputusan bersama haruslah mewakili kepentingan seluruhnya, dan keputusan bersama merupakan keputusan yang harus dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab. Karena keputusan bersama harus menampilkan rasa keadilan, dan semua peserta

rapat mempunyai kedudukan yang sama. Dalam pengambilan keputusan harus mendasarkan beberapa nilai penting yang harus selalu ada dalam pengambilan keputusan agar semua pihak yang terlibat merasakan keadilan.

Ketersediaan lapangan kerja bagi para lulusan

Tersedianya Lapangan Kerja bagi Lulusan Prospek kerja dan memperoleh penghasilan yang tinggi juga merupakan salah satu pertimbangan bagi para peminat untuk memilih suatu jurusan dalam perguruan tinggi tertentu. Permintaan dan penawaran tenaga kerja di dalam suatu jenis pekerjaan sangat besar peranannya dalam menentukan tingkat penghasilan di suatu jenis pekerjaan. Lulusan akuntansi masih banyak dibutuhkan di dunia kerja.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana memainkan peranan penting dan seringkali merefleksikan kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan (Shah&Nair, 2010; Khairani & Abd Razak, 2013 ; Ioan-Contantin, 2011). Sarana dan prasarana meliputi gedung yang memiliki kesesuaian antara estetika dan fungsionalitas (Soedijati, 2008) serta fasilitas sarana prasarana penunjang (Mehbob et.al, 2012; Alma, 2003) yang meliputi laboratorium & perpustakaan (Alipour et.al, 2012), parkir, sarana ibadah dan teknologi yang dipergunakan (Soedijati & Pratminingsih, 2011).

Harga

Harga jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh suatu perguruan tinggi.38 Harga jasa pendidikan meliputi: biaya

Pendidikan seperti Sumbangan Pembinaan Pendidikan atau SPP, biaya pembangunan serta biaya laboratorium (Kusumawati, 2013; Drewes & Michael, 2006) dan sistem pembayaran yang fleksibel (Hoyt & Brown, 2003; Mehbob et.al, 2012; Alipour et.al, 2012; Sia Kee Ming, 2010). Seringkali elemen harga ini linear dengan mutu produk pendidikan.

Lokasi

Lokasi Perguruan tinggi merupakan elemen penting dalam mempengaruhi preferensi mahasiswa dalam menentukan pilihannya (Kallio, 1995; Shah & Nair, 2010; Obermeit, 2012; Sia Kee Ming, 2010) Hal ini meliputi lokasi perguruan tinggi yang mudah diakses dengan transportasi umum (Alma, 2003; Sia Kee Ming, 2010) kedekatan lokasi

perguruan tinggi (Kusumawati, 2013; Drewes & Michael, 2006) .

Promosi

Promosi merupakan sarana untuk memberikan informasi serta berusaha meyakinkan para stakeholders akan jasa pendidikan, sehingga mereka tetap mengenal dan mengingatnya. Promosi dalam jasa pendidikan tinggi dapat meliputi periklanan (iklan surat kabar, tv, radio, brosur)(Soedijati, 2008; Alipour et.al, 2012) kegiatan humas (mengadakan event dan invitasi) (Soedijati, 2008) serta kontak langsung (Sia Kee Ming, 2010) dengan calon mahasiswa dan masyarakat.

Pemilihan PT oleh mahasiswa

Pemilihan oleh mahasiswa merupakan bagian dari perilaku konsumen yang dapat diartikan sebagaimana individu atau kelompok memilih, membeli dan menggunakan produk atau jasa. Menurut Kotler dalam Soedijati & Pratminingsih (2011) setidaknya terdapat 5 tahapan pilihan mahasiswa ketika melakukan seleksi universitas yakni : kebutuhan dan motif, pengumpulan informasi, evaluasi alternatif, keputusan dan pendaftaran, evaluasi pasca pembelian. Pemasar institusi pendidikan tinggi haruslah dapat mengenali kebutuhan mahasiswa yang belum terpuaskan dan memenuhinya. Meski pemasar tidak dapat menciptakan kebutuhan mahasiswa melainkan mengaktifkan pengenalan akan kebutuhan melalui peningkatan kesadaran mereka akan kebutuhan yang belum dikenali. Dalam pengumpulan informasi dapat diperoleh dari personal maupun non personal seperti iklan dan media massa. Setelah informasi didapatkan selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap beberapa alternatif universitas yang dapat menerima pendaftaran. Proses evaluasi ini melibatkan pengurangan pilihan dan menetapkan universitas-universitas yang potensial.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian survei dilakukan kepada 158 orang mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin dengan metode pengambilan sampel convenience sampling. Data yang diperoleh diolah menggunakan analisis faktor dan analisis regresi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN penelitian ini meliputi variabel prestasi akademik, kualitas pendidikan, status akreditasi prodi, lulusan cepat diserap lapangan kerja, adanya kebutuhan terhadap lulusan prodi bisnis di masa yang akan datang, kerjasama prodi

bisnis dengan perusahaan, alumni yang terorganisir, mewujudkan cita-cita, minat terhadap ilmu social, dorongan lingkungan, dorongan keluarga, dorongan teman, biaya kompetitif, adanya beasiswa, sistem pembayaran fleksibel, kelengkapan laboratorium, kelengkapan perpustakaan, sarana perkuliahan, iklan, kunjungan ke sekolah, website, dekat dengan pusat kota, lokasi kampus mudah diakses. Keseluruhan item pertanyaan tersebut diukur menggunakan skala likert.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan nilai signifikansi dari korelasi pearson dibawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ke seluruh variabel dalam penelitian ini lolos uji validitas atau item pertanyaan yang ada tepat digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin.

Selain itu, tabel hasil uji validitas dan reliabilitas juga menunjukkan nilai alpha cronbach untuk variabel x (faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin) sebesar 0,904 dan variabel y (keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin) sebesar 0,784, keduanya lebih besar 0,6 yang berarti item pertanyaan dalam kuesioner sudah reliabel atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

variabel	pearson corr	sig	uji validitas	alpha cronbach	uji reliabilitas
x1	.568**	0.000	lolos	0.904	lolos
x2	.643**	0.000	lolos		
x3	.638**	0.000	lolos		
x4	.545**	0.000	lolos		
x5	.521**	0.000	lolos		
x6	.500**	0.000	lolos		
x7	.506**	0.000	lolos		
x8	.491**	0.000	lolos		
x9	.392**	0.000	lolos		
x10	.551**	0.000	lolos		
x11	.645**	0.000	lolos		
x12	.487**	0.000	lolos		
x13	.569**	0.000	lolos		
x14	.670**	0.000	lolos		
x15	.593**	0.000	lolos		
x16	.642**	0.000	lolos		
x17	.565**	0.000	lolos		
x18	.622**	0.000	lolos		
x19	.649**	0.000	lolos		
x20	.549**	0.000	lolos		
x21	.614**	0.000	lolos		
x22	.600**	0.000	lolos		
x23	.554**	0.000	lolos		
y1	.618**	0.000	lolos	0.784	lolos
y2	.590**	0.000	lolos		
y3	.542**	0.000	lolos		
y4	.674**	0.000	lolos		
y5	.612**	0.000	lolos		
y6	.697**	0.000	lolos		
y7	.667**	0.000	lolos		
y8	.660**	0.000	lolos		

Analisis Faktor

Rotated Component Matrix menunjukkan nilai loading faktor dari tiap-tiap variabel. Loading faktor merupakan besarnya korelasi antara faktor yang terbentuk dengan variabel tersebut. Korelasi yang paling kuat akan menunjukkan anggota kelompok dari faktor yang terbentuk.

Tabel 2
Rotated Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
x1.1	.097	.815	.173	.042	.079	.019	.095
x1.2	.301	.722	.186	-.085	.250	.017	.153
x1.3	.255	.699	.026	.160	.056	.269	.149
x2.1	.151	.242	-.012	.163	.802	.149	.053
x2.2	.037	.071	.169	.087	.798	.169	.215
x2.3	.000	.260	.241	.031	.487	-.091	.474
x2.4	.021	.549	.144	.292	.170	.110	-.030
x3.1	.081	.286	-.088	.259	.100	.199	.621
x3.2	.115	-.034	.144	-.075	.128	.126	.743
x4.1	.156	.153	.098	.798	.119	.098	.126
x4.2	.290	.511	.198	.487	.048	.011	.040
x4.3	.128	.062	.206	.864	.095	.010	-.041
x5.1	.289	.115	.571	.046	.319	.139	-.098
x5.2	.419	.119	.612	.077	.289	.223	-.075
x5.3	.540	.160	.300	-.079	.076	.074	.383
x6.1	.714	.255	.117	.057	.064	.201	.171
x6.2	.835	.111	.063	.227	.082	.054	-.037
x6.3	.839	.146	.152	.179	.032	.069	.072
x7.1	.254	.299	.457	.111	.181	.063	.336
x7.2	.010	.105	.746	.217	-.020	.018	.337
x7.3	.099	.271	.666	.220	-.044	.289	.050
x8.1	.114	.097	.238	.050	.212	.842	.193
x8.2	.172	.141	.135	.061	.092	.883	.086

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 8 iterations.

Untuk lebih jelasnya faktor baru yang terbentuk beserta anggotanya dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 3
Hasil Pengelompokan Analisis Faktor

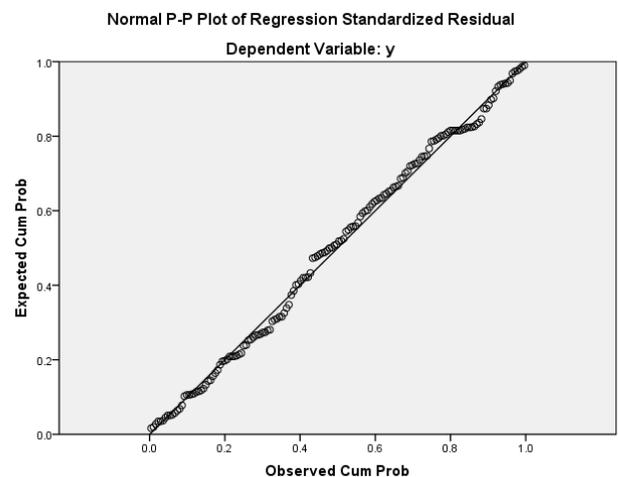
NO	Variabel	Faktor yang terbentuk
1	- Sistem pembayaran - Laboratorium - Koleksi buku - Sarana dan prasarana	Sarana dan Prasarana
2	- Prestasi akademik - Kualitas pendidikan - Status akreditasi - Alumni	Citra
3	- Biaya kuliah - Beasiswa - Iklan - Kunjungan prodi ke sekolah - Website prodi	Promosi
4	- Dorongan orang-orang disekitar	Keputusan

NO	Variabel	Faktor yang terbentuk
	- Dorongan keluarga - Dorongan teman	Bersama
5	- Cepat kerja - Lulusan prodi akan banyak dibutuhkan oleh perusahaan - Kerja sama prodi dengan perusahaan	Ketersediaan Lapangan Kerja
6	- Lokasi kampus dekat - Lokasi kampus mudah di akses	Lokasi
7	- Cita-cita - Menyukai pelajaran social dari pada eksak	Minat

Uji Asumsi Klasik

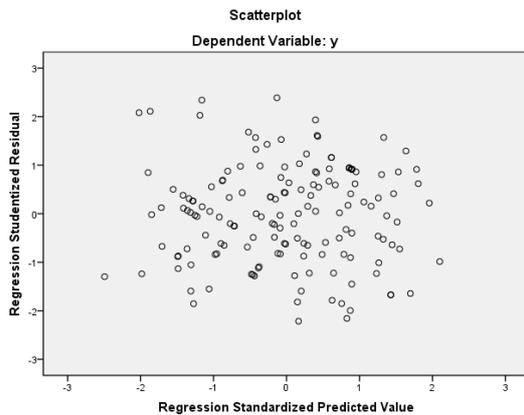
Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot. Tabel Normal P-Plot menunjukkan plot yang tersebar disekitar garis diagonal yang berarti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga dapat dilanjutkan untuk analisis regresi.

Grafik 1
Uji Nomalitas



Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Grafik scatter plot menunjukkan plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol, hal tersebut menunjukkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heterokdestisitas.

Grafik 2
Uji Heterokedastisitas



Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai VIF pada tabel coefficients. Nilai VIF untuk variabel x1 hingga x7 berturut-turut adalah 1.625, 1.714, 1.978, 1.474, 1.492, 1.395, 1.314 dimana keseluruhan nilai VIF tersebut dibawah 5 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel x (variabel independen) yang ada dalam penelitian ini.

Tabel 4
Coefficients

Coefficientsa								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.611	2.469		2.272	.024		
	x1	-.013	.131	-.008	-.102	.919	.616	1.625
	x2	.131	.163	.064	.804	.423	.583	1.714
	x3	.390	.131	.253	2.974	.003	.506	1.978
	x4	.776	.151	.377	5.130	.000	.678	1.474
	x5	.010	.194	.004	.051	.959	.670	1.492
	x6	.384	.205	.134	1.876	.063	.717	1.395
	x7	.201	.243	.057	.827	.409	.761	1.314

Analisis Regresi

Tabel model summary menunjukkan nilai R sebesar 0,672 yang berarti hubungan antara variabel sarpras, citra, promosi, keputusan bersama, ketersediaan lapangan kerja, lokasi dan minat dengan keputusan mahasiswa dalam memilih adalah sedang. Selanjutnya nilai adjusted R square sebesar 0,426 menunjukkan bahwa 42,6% keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin dipengaruhi oleh faktor sarpras, citra, promosi, keputusan bersama, ketersediaan lapangan kerja, lokasi dan minat. Sedangkan sisanya sebesar 57,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 5
Model Summary

Model Summaryb				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672	.452	.426	3.88120

Berdasarkan tabel coefficient, persamaan regresi yang dibentuk dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 5.611 - 0.013 X_1 + 0.131 X_2 + 0.390 X_3 + 0.776 X_4 + 0.010 X_5 + 0.384 X_6 + 0.201 X_7 + e$$

Penjelasan terhadap persamaan tersebut sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 5,611 berarti bahwa tanpa adanya pengaruh antara variabel sarpras, citra, promosi, keputusan bersama, ketersediaan lapangan kerja, lokasi dan minat maka keputusan mahasiswa dalam memilih Jurusan Admnistrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin adalah sebesar 5.611
2. Koefisien regresi variabel sarana dan prasarana (X1) sebesar – 0.013 berarti setiap kenaikan satu poin sarana dan prasaran akan menurunkan keputusan mahasiswa sebesar 0.013 poin
3. Koefisien regresi variabel citra (X2) sebesar 0.131 berarti setiap kenaikan satu poin citra Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0.131 poin
4. Koefisien regresi variabel promosi (X3) sebesar 0.390 berarti setiap kenaikan satu poin promosi akan meningkatkan keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN sebesar 0.390 poin
5. Koefisien regresi variabel keputusan bersama (X4) berarti setiap kenaikan satu poin dukungan keputusan bersama akan meningkatkan keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN sebesar 0.776 poin
6. Koefisien regresi variabel ketersediaan lapangan kerja (X5) berarti setiap kenaikan satu poin variabel ketersediaan lapangan kerja akan meningkatkan keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN sebesar 0.010 poin
7. Koefisien regresi variabel lokasi (X6) berarti setiap kenaikan satu poin variabel lokasi akan meningkatkan keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN sebesar 0.384 poin
8. Koefisien regresi variabel minat (X7) berarti setiap kenaikan satu poin variabel minat akan meningkatkan keputusan memilih

Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN sebesar 0.201 poin

penelitian lebih dalam mengenai keputusan yang dibentuk oleh orang-orang disekitar siswa.

Uji Hipotesis

Uji F menunjukkan nilai F sebesar 17,652 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel sarana & prasarana, citra, promosi, keputusan bersama, ketersediaan lapangan kerja, lokasi dan minat secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis.

Sedangkan uji t (tabel 4) menunjukkan bahwa secara parsial hanya ada dua variabel saja yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jurusan Administras Bisnis POLIBAN yaitu variabel promosi dan keputusan bersama. Sehingga persamaan akhirnya dapat ditulis sbb:

$$Y = 5.611 + 0.390 X3 + 0.776 X4$$

Hasil persamaan diatas juga menunjukkan bahwa variabel X4 (keputusan bersama) memiliki pengaruh lebih besar dalam menentukan pemilihan Jurusan Administrasi Bisnis.

E. PENUTUP Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang penting atau memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan dalam memilih Jurusan Administrasi Bisnis adalah keputusan bersama dan promosi. Hal tersebut menunjukkan bahwa peran lingkungan sekitar seperti orang tua dan teman sangat besar dalam mempengaruhi seorang calon mahasiswa untuk memilih universitas. Selain itu faktor promosi juga memiliki peran yang penting dalam keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis. Promosi yang efektif akan menciptakan brand awareness atau kesadaran terhadap merek (dalam hal ini Jurusan Administrasi Bisnis) kepada para siswa SLTA yang sudah berada di kelas 3. Pengenalan terhadap Jurusan Administrasi Bisnis kepada mahasiswa akan memberikan informasi baru kepada calon mahasiswa tentang program studi apa saja yang tersedia, fasilitas yang dimiliki bahkan alumni-alumni yang telah sukses.

Saran

Melihat pentingnya faktor promosi terhadap keputusan memilih Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN, maka sangat dianjurkan bagi pihak Jurusan untuk melakukan kegiatan promosi yang gencar, misalnya melalui promosi ke SLTA yang ada di Banjarmasin atau Banjarbaru, promosi melalui media sosial, serta kegiatan promosi lainnya. Selain itu juga perlu dilakukan

F. DAFTAR PUSTAKA

1. Alipour, et al (2012), *A New Educational Marketing Mix: The 6Ps For Private School Marketing in Iran*, Research Journal of Applied sciences, Engineering and Technology 4 (21): 4314-4319.
2. Alma, Bukhari. 2003. Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta
3. Dharmmesta, Basu Swastha & Handoko, Hani . 2013. Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
4. Drewes, Torben & Michael, Christopher. 2006. How Do Students Choose A University? An Analysis of Applications in Universities in Ontario, Canada, Research in Higher Education, DOI: 10. 1007/s11162 - 006-9015-6.
5. Hoyt, Jeff E. & Brown, Andrea B. 2003. Identifying College Choice Factors to Successfully Market Your Institution, College and University Journal, Vol. 78. No. 4. Pp. 3-10.
6. Hurlock, Elizabeth B (1989). Perkembangan Anak. Jakarta : Penerbit Erlangga)
7. Ioan-Contantin (2011). Marketing Higher Education Using The 7PS Framework, Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Vol 4 (53). No. 1. Series V: Economic Sciences. 23-30.
8. Kahu, E., & Nelson, K. (2017). Student engagement in the educational interface: Understanding the mechanisms of student success. Higher Education Research & Development. Advance online publication. 1-14. doi: 10.1080/07294360.2017.1344197.
9. Kallio, Ruth E. 1995. Factors in Influencing The College Chice decisions of Graduate Students, Research in Higher Education, Vol. 36. No. 1.
10. Khairani, A. Z. bin & Abd. Razak, Nordin bin. 2013. Assessing factors Influencing Students' Choice of Malaysian Public University: A Rasch Model Analysis, International journal of Applied Psychology, 3(1): 19-24. DOI: 10.5923/j.i-jap.20130301.04.
11. Kotler & Karen F.A. Fox, 1995, Strategic Marketing For Education Instruutioun, Second Edition, Prentice-Hall Inc.
12. Kristianto, P. L. 2003. Psikologi Pemasaran: Integrasi Ilmu Psikologi dalam Kegiatan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
13. Kusumawati, Andriani. 2013. A Qualitative Study of the Factors Influencing Student Choice: The Case of Public University in

- Indonesia, Journal of basic and Applied Scientific Research, 3(1), 314-327.
14. Mehboob et al., 2012. Factors Influencing Student's Enrollment Decisions in Selection of Higher Education Institutions (HEI'S), *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol 4, No 5, 559-568.
 15. Obermeit, Katrin. 2012. Students' Choice of Universities in Germany: Structure, Factors and Information Sources Used, *Journal of Higher Education*, Vol.22, No. 2, 206-230.
 16. Pekrun, R., & Linnenbrink-Garcia, L. (2012). Academic emotions and student engagement. In S. L. Christenson, A. L. Reschly & C. Wylie (Eds.), *Handbook of research on student engagement* (pp. 259-282). New York, NY: Springer.
 17. Shah, Mahsood & Nair, Chenicheri S. 2010. Enrolling in Higher Education: The Perceptions of Stakeholders, *Journal of Institutional Research* 15(1), 9-15.
 18. Sia Kee Ming, J., 2010. Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1 No. 3. 53-58.
 19. Soedijati dan Pratminingsih. (2011). The Impact of Marketing Mix On Student Choice of *University*. 2nd International Conference On Business & Economic Research. Proceeding